

## **Strategi Komunikasi Dalam Pelayanan Informasi Pada Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Biak Numfor**

### *Communication Strategy in Information Services at the Regional Revenue Service of Biak Regency Numfor*

**Hepi Hastuti<sup>1</sup>, Rahmah Agustiani<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik IISIP Yapis Biak

<sup>2</sup>Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik IISIP Yapis Biak

Email: [hepihastuti@gmail.com](mailto:hepihastuti@gmail.com)<sup>1</sup>, [rahmaagustiani@gmail.com](mailto:rahmaagustiani@gmail.com)<sup>2</sup>

#### **ABSTRAK**

Strategi komunikasi merupakan suatu kegiatan yang mutlak perlu dilakukan, baik oleh pribadi, kelompok, lembaga maupun organisasi. Strategi komunikasi juga pada hakekatnya adalah usaha yang dilakukan secara sadar dan terus - menerus serta diorganisasikan untuk memilih yang terbaik dari berbagai alternatif yang ada bagi pencapaian tujuan tertentu. Karenanya sebuah strategi harus dilakukan jauh sebelum kegiatan dilaksanakan, khususnya bagi sebuah lembaga atau organisasi, tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui dan menggambarkan strategi komunikasi dalam pelayanan informasi Pada Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Biak Numfor, metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Deskriptif menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik analisis Deskriptif kualitatif, hasil penelitian menunjukkan bahwa menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan sudah berjalan dengan baik. Yang dilakukan yaitu melalui baliho, spanduk, dan 1 unit mobil yang telah dilakukan. Untuk himbuan masyarakat membayar pajak, Efektivitas media prasarana yang dimiliki oleh Dinas Pendapatan sudah berjalan dengan baik, yang dimiliki oleh Dinas Pendapatan yaitu mobil 1 unit untuk melakukan sosialisasi.

**Kata Kunci:** Strategi Komunikasi, Pelayanan Publik

#### **ABSTRACT**

*Communication strategy is an activity that absolutely needs to be done, either by individuals, groups, institutions or organizations. Communication strategy is also essentially an effort that is made consciously and continuously and organized to choose the best from various alternatives that exist for the achievement of certain goals. Therefore a strategy must be carried out long before the activity is carried out, especially for an institution or organization, the purpose of this study is to find out and describe communication strategies in information services at the Regional Revenue Service of Biak Numfor Regency, the research method used in this study is a descriptive method using a descriptive approach. qualitative with qualitative descriptive analysis techniques, the results of the study indicate that the strategy carried out has been running well. What has been done is through billboards, banners, and 1 unit of car that has been carried out. To appeal to the public to pay taxes, the effectiveness of the media infrastructure owned by the Revenue Service has been running well, which is owned by the Revenue Service, namely 1 unit of car to carry out socialization..*

**Keywords:** Communication Strategy, Public Service

#### **PENDAHULUAN**

Komunikasi merupakan aktifitas dasar manusia. Melalui komunikasi manusia dapat

saling berhubungan satu sama lain baik dalam kehidupan sehari-hari di rumah ditempat kerja, pasar, masyarakat, atau dimanapun manusia

berada. Tidak ada manusia yang tidak ada terlibat dalam komunikasi.

Komunikasi begitu sangat penting dalam kehidupan manusia, karena harus diakui bahwa manusia tidak bisa hidup tanpa komunikasi karena manusia adalah makhluk sosial yang saling membutuhkan satu sama lain, dengan berkomunikasi secara efektif maka, kegiatan-kegiatan yang sering dilakukan manusia bisa berjalan dengan baik. Tanpa adanya komunikasi dengan baik mengakibatkan ketidak teraturan dalam melakukan kegiatan sehari-hari baik itu di rumah maupun dalam suatu organisasi, perusahaan dan dimanapun manusia itu berada.

Pengertian dari komunikasi menurut definisi Hovland, ilmu komunikasi adalah upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap. Definisi diatas menunjukkan bahwa yang dijadikan obyek studi ilmu komunikasi bukan saja menyampaikan informasi, melainkan juga pembentukan pendapat umum (*publik opinion*) dan sikap publik (*publik attitude*) yang dalam kehidupan sosial dan kehidupan politik memainkan peranan yang sangat penting. Bahkan dalam definisinya yang sangat khusus mengenai pengertian

komunikasi itu sendiri, Hovland mengatakan bahwa komunikasi adalah proses mengubah perilaku orang lain.

Pada suatu lembaga atau instansi apapun sebuah strategi tidak dapat diabaikan dan dinilai sangat penting, karena setiap lembaga atau Instansi mempunyai fungsi dan tujuannya masing-masing. Tanpa strategi komunikasi, suatu lembaga atau instansi akan berantakan. Terlebih lagi suatu instansi yang memberikan pelayanan jasa kepada masyarakat.

Untuk itu sebuah lembaga atau instansi memerlukan sebuah strategi komunikasi terhadap pelayanan jasa dengan pemahaman dari berbagai persepektif terhadap situasi dan tantangan yang kompleks yang dihadapi suatu lembaga atau instansi.

Perumusan menjadi tanggung jawab pemimpin suatu lembaga atau instansi sebagai pengambil kebijakan dan keputusan atas setiap tindakan yang akan dilakukan. Namun demikian strategi komunikasi terhadap pelayanan jasa suatu lembaga atau instansi bukan hanya urusan pada pimpinan saja, tetapi sudah menjadi urusan seluruh pihak terkait, tidak ada pengecualian dalam perumusan lembaga atau Instansi.

Strategi komunikasi merupakan suatu kegiatan yang mutlak perlu dilakukan, baik

oleh pribadi, kelompok, lembaga maupun organisasi. Strategi komunikasi juga pada hakekatnya adalah usaha yang dilakukan secara sadar dan terus-menerus serta diorganisasikan untuk memilih yang terbaik dari berbagai alternatif yang ada bagi pencapaian tujuan tertentu. Karenanya sebuah strategi harus dilakukan jauh sebelum kegiatan dilaksanakan, khususnya bagi sebuah lembaga atau organisasi.

Strategi komunikasi yaitu suatu perencanaan dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan tertentu dalam suatu organisasi. Strategi komunikasi suatu organisasi akan memiliki peran strategis dalam mencapai tujuan komunikasi bila melakukan tahapan-tahapan sebagai berikut: memahami hakekat komunikasi, pendekatan, dan langkah-langkah kegiatan komunikasi. Bila melakukan beberapa tahapan, tahapan tersebut tujuan dari komunikasi yang dibangun akan bisa dicapai dengan efektif dan efisien.

Terciptanya hubungan yang baik dalam suatu instansi dengan masyarakat akan menciptakan komunikasi yang sehat. Strategi komunikasi menjadi salah satu pengaruh penting dalam pelayanan yang diberikan suatu instansi. Karena setiap usaha suatu instansi dipengaruhi oleh komunikasi yang baik. Usaha suatu instansi dalam hal ini merujuk

kepada perilaku interaksi karyawan kepada masyarakat.

Komunikasi mempengaruhi cara hidup karyawan kepada siapa mereka bicara, siapa yang mereka tidak sukai, bagaimana perasaan karyawan, kegiatan kerja karyawan, bagaimana perkembangan karyawan, apa yang ingin karyawan capai dan bagaimana cara karyawan menyesuaikan diri dengan suatu organisasi.

Kegiatan apapun bentuknya perlu diawali dengan atau strategi. Setiap strategi juga pasti ada alasan mengapa strategi itu dilakukan. Demikian halnya dengan strategi komunikasi, alasan mengapa strategi dalam bidang komunikasi dibutuhkan, karena sarana komunikasi dan informasi merupakan suatu sumber yang masih terdapat dalam jumlah terbatas.

Keterbatasan inilah yang menyebabkan perlu diadakannya strategi, sehingga pemanfaatan sarana komunikasi dapat tersebar seluas mungkin sesuai dengan sarana yang ada. Selain itu strategi komunikasi diadakan untuk mengetahui bagaimana dan seberapa jauh hasil yang diperoleh dari komunikasi yang telah diadakan sebelumnya.

Usaha pokok dalam strategi komunikasi adalah mengelola proses penyesuaian diri dan berusaha memenuhi kebutuhan komunikasi

dari sebanyak mungkin pihak yang seringkali bertentangan dalam sistem nilai dan juga dalam kepentingannya. Strategi atau komunikasi adalah bagian integral dari nasional dan bahwa proses komunikasi berimpit dengan proses sosial dan proses pembangunan. Karenanya maka hasil dari kegiatan komunikasi tidak dapat diukur dari hasil pembangunan dalam totalitasnya.

Salah satu yang menjadi tantangan besar dalam proses komunikasi organisasi adalah bagaimana menyampaikan informasi dari seluruh bagian organisasi dan bagaimana menerima informasi dari seluruh bagian organisasi untuk disampaikan kepada masyarakat.

Sebagaimana pesan diciptakan, ditampilkan dan diinterpretasikan. Maka dalam suatu instansi harus berusaha memelihara suatu program komunikasi duaarah (*two way communications*). Komunikasi timbal balik sebagai sarana memberikan informasi serta pendapat tentang permasalahan yang ada ketika ingin menyampaikan suatu informasi dan memberikan pelayanan jasa kepada masyarakat.

Dinas Pendapatan Daerah merupakan kantor pemerintah yang bergerak dalam bidang pelayanan publik khususnya yang

berada di Kabupaten Biak Numfor. Pelayanan publik yang dimaksud adalah pelayanan dalam hal pengurusan masalah Pajak Bumi dan Bangunan dan retribusi yang termasuk dalam kebijakan Dinas Pendapatan Daerah.

Mengingat luas dan banyaknya bidang yang ditangani oleh Dinas Pendapatan Daerah maka perlu diterapkan strategi. Strategi yang berkaitan erat dengan pelayanan publik yang mencakup ruang lingkup Dinas Pendapatan Daerah, seperti yang sudah dijelaskan diatas. Salah satu strategi yang telah diterapkan yaitu pelayanan online di dalamnya mencakup penjelasan tentang bidang-bidang layanan Dinas Pendapatan Daerah selain itu pelayanan juga dilakukan dengan outlet-outlet pembayaran Pajak dan menambah strategi pelayanan dengan satu unit mobil yang digunakan khusus untuk pembayaran Pajak secara keliling.

Hal ini memudahkan masyarakat Kabupaten Biak Numfor dalam hal pembayaran Pajak dan jika bicara tentang pelayanan online pasti berkaitan erat dengan komunikasi publik. Komunikasi berperan sangat penting karena merupakan penghubung antara pemberi pelayanan dan penerima pelayanan.

Pajak Bumi dan Bangunan pedesaan dan perkotaan adalah bumi dan bangunan

dimiliki, dikuasai dan dimanfaatkan oleh orang pribadi atau badan kecuali kawasan digunakan untuk kegiatan usaha perkebunan, perhutanan dan pertambangan. “Termasuk juga dalam pengertian bangunan antara lain jalan lingkungan terletak dalam satu kompleks bangunan seperti hotel, pabrik dan emplasemennya merupakan satu kesatuan dengan kompleks bangunan tersebut. Kemudian kolam renang, pagar mewah, tempat olahraga, dan dermaga.

Objek pajak tak dikenakan Pajak Bumi dan Bangunan pedesaan dan perkotaan antara lain objek pajak digunakan pemerintah pelayanan kepentingan umum di bidang ibadah, sosial, kesehatan, pendidikan dan kebudayaan nasional yang tak dimaksudkan untuk memperoleh keuntungan. Selanjutnya digunakan kuburan, peninggalan purbakala serta hutan lindung, hutan suaka alam, taman nasional dan hutan wisata.

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Adapun lokus penelitian dalam penelitian ini adalah di dinas pendapatan daerah kabupaten Biak Numfor. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi.

Adapun analisi data yang digunakan adalah analisi data deskriptif anatisis.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pelaksanaan Undang-undang No.32 tahun 2004 sebagaimana telah diubah kedua dengan Undang-Undang Nomor 12 tahun 2008 tentang Pemerintah Daerah dan Undangundang No.33 tahun 2004 tentang Perimbangan keuangan antara Pemerintah Pusat dan Daerah maka pemerintah perlu mengoptimalkan pemanfaatan kemajuan teknologi informasi yang berhubungan erat dengan pengelolaan keuangan pemerintah daerah sehingga menyebabkan perubahan yang mendasar mengenai pengaturan hubungan Pusat dan Daerah, khususnya dalam bidang administrasi pemerintahan maupun dalam hubungan keuangan antara Pemerintah Pusat dan Daerah, yang dikenal sebagai Otonomi Daerah.

Dalam upaya mewujudkan pelaksanaan otonomi daerah secara optimal sesuai dengan perkembangan dinamika dan tuntutan masyarakat, perubahan diharapkan menciptakan system pengelolaan keuangan daerah yang lebih baik.

Pemerintah berupaya mewujudkan pengelolaan keuangan daerah yang efektif, efisien, transparan dan akuntabel, yaitu

dengan terus menerus menyempurnakan berbagai peraturan perundang-undangan dalam bidang pengelolaan keuangan daerah.

Peraturan pelaksanaan pengelolaan keuangan daerah yang telah diterbitkan Peraturan Pemerintah No. 58 tahun 2005 tentang Pengelolaan Keuangan Daerah, secara komprehensif telah mengakomodasi dan menjabarkan lebih lanjut UU No. 32 tahun 2004 dan Undang-Undang No. 33 tahun 2004 tentang perimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan daerah, Undang-Undang No. 17 tahun 2003 tentang Keuangan Daerah, Undang-Undang No. 1 tahun 2004 tentang Perbendaharaan Negara, Undang-Undang No. 15 Tahun 2004 tentang pemeriksaan Pengelolaan dan Tanggung Jawab Keuangan Daerah, dan Undang-Undang No. 25 tahun 2004 tentang Sistem Perencanaan Pembangunan Nasional.

Pada tatanan operasional di daerah, Departemen Dalam Negeri telah menerbitkan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 13 Tahun 2006 sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 59 Tahun 2007 tentang Pedoman Pengelolaan Keuangan Daerah serta Peraturan Menteri Nomor 30 tahun 2007 tentang Pedoman Penyusunan dan Belanja Daerah tahun anggaran 2008. Penerbitan Undang-Undang,

Peraturan Pemerintah dan Permendagri tersebut merupakan salah satu rangkaian proses reformasi bidang penataan regulasi pengelolaan keuangan daerah.

Sebagai implikasi atas perubahan besar di bidang pengelolaan keuangan daerah dituntut kesiapan daerah, baik secara kelembagaan maupun personil, dalam mengelola perubahan manajemen keuangan daerah dan kemampuan untuk melakukan transformasi mindset bagi aparatur daerah sebagai akibat dari perubahan dari pendekatan *incremental* menjadi pendekatan *performance budgeting*.

Sebagaimana pasal 81 Permendagri 13 disebutkan bahwa untuk penyusunan APBD, pemerintah daerah menyusun RKPD yang merupakan penjabaran dari RPJM yang berpedoman pada Rencana Strategik SKPD untuk jangka waktu 3 tahun yang mengacu pada Rencana Strategik Pemerintah. Untuk itu Rencana Strategik (Renstra) SKPD Dinas Pendapatan, Pengelolaan Keuangan dan Aset Tahun Anggaran 2009 ini disusun guna mendukung ketentuan dimaksud dan merupakan RENSTRA tahun pertama yang disusun oleh DPPKAD yang nantinya dipakai sebagai pedoman pelaksanaan dan informasi lintas bidang dalam rangka koordinasi dan sinkronisasi Program dan Kegiatan.

#### **A. Strategi Sosialisasi Dinas Pendapatan Daerah Untuk Meningkatkan**

## **Kesadaran Masyarakat Dalam Membayar Pajak.**

Strategi komunikasi yang dilakukan Dinas Pendapatan Daerah pada pelayanan yang diberikan oleh petugas akan memberikan tingkat kepatuhan dalam pembayaran pajak dan untuk kepuasan bagi masyarakat. Dalam pelaksanaan proses kewajiban dalam tarif Pajak pada masyarakat agar benar-benar telah diterima masyarakat.

Strategi yang dilakukan sudah berjalan dengan baik. Yang dilakukan yaitu melalui baliho, spanduk, Internet dan 1 unit mobil layanan pajak yang dapat melayani masyarakat.

Strategi sosialisasi yang dilakukan Dinas Pendapatan Daerah yaitu : *Pertama* strategi melalui Baliho cukup efektif dalam mensosialisasikan tentang pembayaran pajak, karena tulisan lewat baliho yang berada di jalan-jalan mampu menjadi pengingat pada saat seringnya masyarakat melihat. Baliho yang terpasang di jalan tertentu akan selalu dilihat dan dilewati oleh orang-orang dan secara tidak sengaja membacanya, hal itulah yang membuat Baliho yang dipasang oleh Dinas Pendapatan Daerah mampu meningkatkan kesadaran masyarakat dan untuk himbauan masyarakat membayar pajak

sehingga dikenakan denda pada masyarakat yang tidak membayar.

*Kedua* adalah strategi pemasangan spanduk tentang pembayaran Pajak Bumi dan Bangunan, cukup menjadi pengingat buat masyarakat untuk membayar pajak, seperti halnya dengan pemasangan Baliho, spanduk yang dipasang oleh Dinas Pendapatan Daerah yang setiap hari dilewati oleh masyarakat akan menumbuhkan kesadaran akan pembayaran pajak.

*Ketiga*, Strategi Sosialisasi melalui Famplet, sosialisasi pembayaran Pajak di Kecamatan dan Kelurahan yang diteruskan ke Rukun Tetangga dan diteruskan ke masyarakat setempat. Hal ini menambah kesadaran masyarakat dalam membayar pajak. Famplet yang dibagikan akan dapat dilihat dan dibaca di rumah, famplet yang jelas, terarah mampu menarik minat masyarakat untuk menumbuhkan kesadaran mereka dalam membayar pajak.

*Keempat*, Strategi Sosialisasi melalui Radio, Televisi dan koran. Strategi sosialisasi yang dilakukan oleh Dinas Pendapatan Daerah tentang pajak, semakin menempatkan informasi yang sampai ke masyarakat semakin terwujud, lewat radio, televisi, Internet dan koran. Semakin membuat

masyarakat mendapatkan informasi yang bagus dan jelas tentang pembayaran pajak.

Sosialisasi yang dilakukan adalah menjelaskan aset Pajak agar masyarakat menyadari membayar pajak. Mulai dari tahun 2012 berjalan dengan baik, dari seluruh perpajakan sudah disosialisasikan pajak hiburan maupun pajak Hotel dan lain-lain.

Pendapatan pajak bisa menunjang perekonomian masyarakat misalnya pembangunan mengembangkan pasar, jembatan dan lain-lain. Pendapatan Pajak prediksi Dinas Pendapatan tahun 2017 yaitu 75% - 80 % telah didapat dari Dinas Pendapatan Daerah Biak Numfor. Sosialisasi dilakukan agar masyarakat daerah pelosok-pelosok dapat mengetahui juga. Semua pembayaran Pajak sudah dengan baik melalui aturan-aturan yang telah ditetapkan oleh Dinas Pendapatan.

Pesan yang disampaikan oleh Dinas Pendapatan Daerah dalam berbagai macam penyuluhan ataupun informasi kepada masyarakat wajib pajak mengenai kewajiban dan tarif Pajak.

Pesan yang disampaikan oleh Dinas Pendapatan Daerah dalam penyuluhan dan informasi pada masyarakat wajib pajak ada pelayanan yang diberikan oleh petugas yaitu bagi para kewajiban dan tarif pajak. Pesan

yang telah disampaikan kepada masyarakat lewat Baliho, Famlet, Internet, radio dan koran serta mobile menyampaikan pesan serta pemahaman yang dapat di mengerti oleh masyarakat secara jelas tentang pembayaran pajak. Sehingga masyarakat yang melihat isi pesan secara langsung lewat baliho, spanduk dan lain-lain dalam lebih paham serta mengerti akan kewajiban pembayaran pajak.

Berdasarkan penelitian dan hasil wawancara, bahwa untuk pesan yang disampaikan ke masyarakat lewat berbagai macam penyuluhan ataupun informasi kepada masyarakat pelaksanaan yang dilakukan untuk lebih dekat dan lebih jelas dalam memberikan informasi yaitu: *pertama* melakukan pembinaan pegawai untuk meningkatkan kualitas melalui peningkatan pengetahuan dan kemampuan serta disiplin dan etos kerja. Dispenda Wilayah Kabupaten Biak Numfor melakukan berbagai macam kegiatan seperti *tour of area dan tour of duty*. Yang artinya Dispenda membuka tour bagi masyarakat untuk mengetahui bagaimana kondisi dan menjelaskan tempat-tempat untuk melakukan pembayaran pajak. *Kedua* melakukan pembinaan dan pendidikan pegawai, dimana dapat meningkatkan profesionalisme kerja dan pegawai memiliki wawasan yang luas. *Ketiga* pengadaan

pegawai, dimana Dispenda Wilayah Kabupaten Biak Numfor tidak dilibatkan secara langsung terhadap pengadaan pegawai, hal ini dikarenakan menjadi kewenangan pusat. Seharusnya Dispenda Wilayah Kabupaten Biak Numfor dapat dilibatkan secara langsung dalam pengadaan pegawai yang akan bekerja di Dispenda Wilayah Kabupaten Biak Numfor, karena aparatur Dispenda Wilayah Kabupaten Biak Numfor mengetahui kriteria calon pegawai yang bagaimana yang bekerja di Dispenda Wilayah Kabupaten Biak Numfor.

*Keempat* melakukan tindakan disiplin pegawai, adanya tindakan disiplin berupa teguran dan pemecatan terhadap pegawai yang tidak mematuhi aturan yang berlaku, tindakan yang benar untuk memotivasi pegawai supaya mematuhi segala peraturan yang berlaku dan tidak melakukan korupsi. Kelima Kenaikan Pangkat Pegawai, adanya kenaikan pangkat pegawai Dispenda Wilayah Kabupaten Biak Numfor dapat meningkatkan kinerja pegawai Dispenda Wilayah Kabupaten Biak Numfor untuk lebih baik dalam melayani masyarakat.

#### **B. Efektivitas Media Yang Di Miliki Oleh Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Biak Numfor dalam Upaya Melakukan Pengenalan, Penyuluhan Dan Memberikan Informasi Kepada Masyarakat Wajib Pajak.**

Efektivitas media ataupun prasarana yang di miliki oleh Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Biak Numfor yang dimiliki Dinas Pendapatan Daerah pada pelayanan yang diberikan oleh petugas akan memberikan tingkat kepatuhan dalam pembayaran pajak. Apakah sudah berjalan dengan baik untuk bagi masyarakat. Dalam pelaksanaan proses kewajiban dalam tarif Pajak pada masyarakat agar benar-benar telah diterima masyarakat.

Efektivitas media prasarana yang dimiliki oleh Dinas Pendapatan sudah berjalan dengan baik, yang dimiliki oleh Dinas Pendapatan dalam untuk melakukansosialisasi, media juga kami lakukan melalui spanduk, penyuluhan, baliho, koran, televisi, Internet serta radio dan lainnya. masyarakat telah langsung membayar dan terjun langsung kepembayaran Pajak dilihat dari hasil pembayaran pajak meningkat dan tingkat pelayanan pajak yang dilakukan petugas telah meningkat juga.

Kebanyakan cara yang dilakukan juga *face two face*. Media yang dilakukan juga dilakukan pada tempat yang strategis. Sarana dan prasarana yang digunakan juga terus digunakan untuk penyuluhan maupun pelayanan pada pelanggan Pajak yang jauh dari tempat tinggalnya dan cepat dalam perbantuan Dinas Pendapat lakukan.

Efektivitas Media yang diberikan oleh Dinas Pendapatan dilakukan terus-menerus oleh petugas yang bertanggung jawab oleh tugasnya dalam membantu masyarakat yang ingin membayar pajak mempermudah masyarakat yang jauh dari tempat tinggalnya. Atas media dan sarana yang diberikan oleh Dinas Pendapatan sangat membantu masyarakat, karena lokasi yang jauh dari tempat tinggal kami telah diberikan pelayanan pada Dinas Pendapatan Daerah pada petugas yang tanggung jawab dalam tugasnya.

### **C. Faktor-Faktor Apa Yang Menghambat Terlaksananya Strategi Komunikasi Tersebut.**

Dari berbagai pelayanan yang diberikan oleh petugas Dinas Pendapatan, diharapkan akan memberikan kepuasan bagi masyarakat. Tetapi dalam pelaksanaan proses kewajiban dan tarif Pajak pada Dinas Pendapatan Daerah.

Faktor penghambat dalam melakukan proses pemungutan retribusi pelayanan terminal taksi umum kepada masyarakat yang ada di wilayah Kabupaten Biak Numfor. Hambatan yang terjadi dalam proses pemungutan tersebut, akan berpengaruh pada besar kecilnya pendapatan retribusi tersebut.

Adapun yang menjadi faktor penghambat kurangnya kesadaran masyarakat yang diakibatkan ketidakpahaman karena beberapa

kali dilakukan sosialisasi tetapi masyarakat kurang untuk memahami dan menanyakan ke Dinas Pendapatan yang melakukan sosialisasi yang ada beberapa bagian masyarakat yang kurang mengetahui berapa yang harus dibayarkan, dan bagaimana cara penghitungannya.

Salah satu faktor penghambat adalah kurangnya petugas Dinas Pajak dalam melakukan penjelasan ke masyarakat langsung yang tidak membayar Pajak, penjelasan penghitungan, penjelasan denda dan lain-lain. Petugas Pajak jarang datang melakukan penjelasan dan penarikan pembayaran “*door to door*”, atau dari rumah ke rumah. Hal ini menjadikan pajak hanya dilakukan lewat kantor. Padahal banyak masyarakat yang malas atau enggan untuk datang dan melakukan pembayaran lewat kantor walaupun sudah lebih mudah daripada hanya lewat kantor saja.

### **SIMPULAN**

Dari hasil penelitian, penyajian data dan pembahasan, maka dapat dikemukakan beberapa kesimpulan bahwa strategi yang dilakukan sudah berjalan dengan baik. Yang dilakukan yaitu melalui baliho, spanduk, dan 1 unit mobil yang telah dilakukan. Untuk himbuan masyarakat membayar pajak sehingga dikenakan denda pada masyarakat

yang tidak membayar. Dalam strategi sosialisasi Dinas Pendapatan Daerah yang dilakukan sudah berjalan dengan baik. Dinas Pendapatan yaitu Membuat spanduk tentang Pajak Bumi dan Bangunan, Pamflet, sosialisasi Pajak Bumi dan Bangunan di Kecamatan dan Kelurahan yang diteruskan ke Rukun Tetangga dan diteruskan ke masyarakat setempat. Setelah itu lewat Radio, Televisi dan koran. dari seluruh perpajakan sudah disosialisasikan pajak hiburan maupun pajak Hotel dan lain-lain. Pendapatan pajak bisa menunjang perekonomian masyarakat misalnya pembangunan mengembangkan pasar, jembatan dan lain-lain.

Efektivitas media prasarana yang dimiliki oleh Dinas Pendapatan sudah berjalan dengan baik, yang dimiliki oleh Dinas Pendapatan yaitu mobil 1 unit untuk melakukan sosialisasi, media juga kami lakukan melalui spanduk, penyuluhan, baliho, koran, television radio dan lainnya. masyarakat telah langsung membayar dan terjun langsung ke pembayaran Pajak dilihat dari hasil pembayaran pajak meningkat dan tingkat pelayanan pajak yang dilakukan petugas telah meningkat juga. Kebanyakan cara yang dilakukan juga face two face. Media yang dilakukan juga dilakukan pada tempat yang strategis. Efektivitas Media yang diberikan

oleh Dinas Pendapatan dilakukan terus-menerus oleh petugas yang bertanggung jawab oleh tugas nya melalui mobil 1 unit yang membantu masyarakat yang ingin membayar pajak mempermudah masyarakat yang jauh dari tempat tinggalnya.

Faktor penghambat kurangnya kesadaran masyarakat yang diakibatkan ketidakpahaman karena beberapa kali dilakukan sosialisasi tetapi masyarakat kurang untuk memahami dan menanyakan ke Dinas Pendapatan yang melakukan sosialisasi yang ada beberapa bagian masyarakat yang kurang mengetahui. Salah satu faktor penghambat dalam penarikan pajak adalah ada kesalahan yang dibuat beberapa karyawan dan tidak melakukan pemungutan karena beberapa petugas sehingga tidak ada yang melakukan pemungutan. Faktor lain yang menjadi faktor penghambat adalah kurangnya petugas dalam melakukan penarikan beberapa yang tidak membayar Pajak Bumi dan Bangunan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro dan Bambang Q-Anees. 2007. *Filsafat Ilmu Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ahmad, Busyairi. 2019. "PEMBERDAYAAN SOSIAL MASYARAKAT (Studi Deskriptif Tentang Perubahan Perilaku Masyarakat Kelurahan Fandoi Dalam Pemberdayaan Tas Noken Sebagai Sumber Penghasilan)." *Jurnal Gema Kampus* 14:34-41

- Cutlip, M Scoot, cs, 2000. *Effective Public Relation 8th Edition*. Prentice. New Jersey: Prentice Hall Internasional
- Cutlip, M Scoot, cs, 2006. *Effective Public Relation 9th Edition*. Prentice. Jakarta: Bumi Aksara
- Courtland L. Bovee, John V. Thill, 2007, *Komunikasi bisnisedisi kedelapan, jilid I*, Jakarta: Indeks
- Cangara, Hafied. 2005. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Djoko Purwanto, 2006, *Komunikasi Bisnis*, PT. Gelora Aksara Pratama, Jakarta: Erlangga
- Devito, Joseph A.1997. *Komunikasi Antarmanusia* .Jakarta : Proffesionals Books.
- Djamadin, Bahari. 2004. *Komunikasi Interpersonal*. Jakarta: BPK Gunung Mulia.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung : PT. Citra Aditya Bakti
- Gregory, Anne. 2004, *Perencanaan Dan Manajemen Kampanye Public Relation*, Jakarta: Erlangga
- Kriyantono, Rachmat.2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Surabaya: Kencana Prenada Media Group.
- Liliweri, Alo. 1997. *Komunikasi Antarpribadi*. Bandung : PT. Citra Aditya Bakti.
- Onong Uchjana Effendy, 2005, *Ilmu komunikasi teori dan praktek*, Bandung, Remaja rosdakarya
- Ruslan, Rosely.2000, *Kiat dan Kampanye Public relation*. Jakarta: RajaGrafindo Persada
- Soemitro, Rochmad, 1994, *Hukum Pajak dan Perpajakan*, Eresco, Bandung.